

Berlin, 30.04.2021

Checkliste: Wann benötige ich eine Rundfunklizenz?

Nach dem neuen Medienstaatsvertrag sind viele Internet-Streams, aber auch einige „klassische“ TV- und Radioprogramme zulassungsfrei. Die vorliegende Checkliste gilt nur für bundesweit ausgerichtete Angebote. Bei Fragen zur Zulassung von lokalen oder regionalen Programmen wenden Sie sich bitte an die Landesmedienanstalt Ihres Bundeslandes. Grundsätzlich gilt: Jedes Angebot muss einzeln geprüft werden.

Von vornherein zulassungsfrei sind Angebote, die nicht als Rundfunk einzustufen sind. Nach welchen Kriterien sich dies beurteilt, erläutern die Ziffern 1 bis 4. Auch wenn Ihr Angebot als Rundfunk einzustufen ist, kann es unter bestimmten Voraussetzungen zulassungsfrei sein. Diese Voraussetzungen erläutern Ziffer 5 und 6.



Bin ich Rundfunkveranstalter?

1. Was ist Rundfunk?

Nach § 2 Abs. 1 des Medienstaatsvertrags liegt Rundfunk vor, wenn ein an die Allgemeinheit gerichtetes Angebot zeitgleich entlang eines Sendepfades verbreitet und journalistisch-redaktionell gestaltet wird. Die einzelnen Voraussetzungen werden nachstehend in Ziffern 2 bis 4 erläutert.

Kein Rundfunk sind in der Regel alle Audio- und Videoangebote auf Abruf („on demand“), bei denen die Nutzer einen individuellen Startzeitpunkt bestimmen. Dies ist derzeit beispielsweise bei den meisten Videos auf YouTube oder Facebook der Fall.

Ob Rundfunk vorliegt, ist unabhängig von dem technischen Verbreitungsweg. Rundfunk kann klassisch über Satellit, Kabel oder Terrestrik, aber auch im Internet verbreitet werden.



2. Verbreiten Sie Ihr Angebot live oder bestimmen Sie zumindest den Zeitpunkt des Sendestarts (lineare Verbreitung)?

Können Nutzer nicht selbst bestimmen, wann das Angebot startet oder endet, wird das Angebot linear verbreitet. Wenn Sie Ihr Angebot „live“, also zeitgleich zum realen Geschehen, verbreiten, liegt immer eine lineare Verbreitung vor.

Als **Faustregel** gilt: Angebote auf Abruf („on demand“), wie Videos auf YouTube, gelten rechtlich als Telemedien und bedürfen schon deshalb keiner Rundfunkzulassung.



3. Ist Ihr Angebot journalistisch-redaktionell gestaltet?

An die journalistisch-redaktionelle Gestaltung sind insgesamt keine allzu hohen Anforderungen zu stellen. Für eine solche Gestaltung spricht, wenn die Angebote auf eine gewisse Kontinuität, Dauerhaftigkeit und Aktualität angelegt sind, regelmäßig eine Inhaltsauswahl und -bearbeitung sowie formale Vereinheitlichung der Einzelbeiträge des Angebots erfolgt sowie eine gewisse publizistische Ausrichtung bzw. Anschlussfähigkeit an den gesellschaftlichen Diskurs gegeben ist. Entscheidend ist immer die Bewertung im Einzelfall.

Eine journalistisch-redaktionelle Gestaltung erfordert nicht zwingend eine berufsmäßig journalistische Tätigkeit, sondern erfasst auch den Laien-Journalismus und auch Unterhaltungsangebote.

Werden in deutlichem Umfang journalistisch-redaktionelle Gestaltungsmittel klassischer Rundfunkangebote eingesetzt (mehrere Kameras, Moderation/Kommentierung, aufwändige Schnitte, Musikuntermalung usw.), kann dies für eine journalistisch-redaktionelle Gestaltung sprechen. Das Verbreiten von Bewegtbild ohne jede weitere Bearbeitung ist keine journalistisch-redaktionelle Gestaltung (z. B. unkommentierte Live-Cam-Übertragungen).



4. Verbreiten Sie Ihr Angebot entlang eines Sendeplans?

Ein Sendeplan liegt vor, wenn ein Veranstalter auf Dauer die inhaltliche und zeitliche Abfolge von Sendungen festlegt, ohne dass dem Nutzer die Möglichkeit offensteht, diese zu verändern (§ 2 Abs. 2 Nr. 2 Medienstaatsvertrag).

Grundsätzlich gilt: Je regelmäßiger und häufiger ein Angebot verbreitet wird, desto eher ist ein Sendeplan anzunehmen. Weitere Kriterien sind eine vorherige Ankündigung der Sendungen z.B. über Soziale Netzwerke oder eine direkte Kommunikation mit dem Publikum.

Die lediglich sporadische Verbreitung eines Angebots ist nicht als Sendeplan zu werten.

Mein Angebot ist Rundfunk. Unter welchen Voraussetzungen ist es trotzdem zulassungsfrei?

Auch wenn Ihr Angebot nach den vorgenannten Kriterien als Rundfunk einzustufen ist, entfällt die Zulassungspflicht, wenn Ihr Angebot entweder nur eine geringe Bedeutung für die individuelle oder öffentliche Meinungsbildung oder nur eine geringe Reichweite hat.



5. Welche Relevanz hat ihr Angebot für die Meinungsbildung?

Ob nur eine geringe Bedeutung für die individuelle oder öffentliche Meinungsbildung vorliegt, beurteilt sich nach der Gestaltungshöhe des Angebots, der thematischen Zusammensetzung, den vom Anbieter eröffneten Möglichkeiten einer Interaktion mit und zwischen den Nutzern sowie der Häufigkeit und Dauer der Ausstrahlung. Eine nur geringe Meinungsbildungsrelevanz kann – immer abhängig vom Einzelfall – vorliegen, wenn ein Programm ausschließlich oder klar überwiegend Belange der persönlichen Lebensgestaltung betrifft oder den Abverkauf von Waren oder Dienstleistungen bezweckt. Dies kann zum Beispiel bei Streams zu Heimwerker- oder Handarbeitsthemen der Fall sein, aber auch bei reinen Verkaufskanälen und – je nach Ausrichtung und Gestaltung – Let's Plays.

[Einzelheiten regelt die Satzung Zulassungsfreiheit der Landesmedienanstalten](#)



6. Welche Reichweite hat ihr Angebot?

Ebenfalls zulassungsfrei sind Angebote, die nur eine geringe Reichweite haben. Eine geringe Reichweite liegt vor, wenn ein Angebot im Durchschnitt von sechs Monaten weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer erreicht. Bei Internet-Streams ist hier in der Regel auf die Average Concurrent User oder vergleichbare Messgrößen abzustellen. Bei klassisch verbreiteten Rundfunkprogrammen ist der Einzelfall entscheidend.

Sollten (noch) keine Zahlen vorliegen, ist eine Prognose abzugeben.

[Einzelheiten regelt die Satzung Zulassungsfreiheit der Landesmedienanstalten](#)



Impressum:

die medienanstalten – ALM GbR
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Telefon: +49 30 2064690-0
Mail: info@die-medienanstalten.de
URL: www.die-medienanstalten.de